

A study on the Lohas concepts, lifestyle, green consumption behavior, and sustainable living behavior / 何雅慧 撰 .- 彰

何雅慧、李俊憲

E-mail: 354521@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study aimed to explore the relationship between the LOHAS concepts, lifestyle, green consumption behavior, and sustainable living behavior. A structural questionnaire was applied to collect opinions from consumers over age 18 with writing ability, at the LOHAS-concept-based store after buying goods. There were 420 copies sent and 415 valid samples returned for further statistical analysis using SPSS 10. The main findings of this study was that the lifestyle intention and sustainable living behavior can predict the concepts of LOHAS significantly, as well as the green products consumption behavior. Several suggestions were provided to different stakeholders related to this study subject. The government should focus policy on the promotion of LOHAS concepts into the school and continuing education. Relative activities should be held to promote people to behave within green consuming and sustainable living behaviors. The certification system of green products should be clear and unified with international standards. The green-product selling stores should provide more information of green products and expand the channel and place to selling green products. Some non-profit activities will enhance the identity from people. The people can have more positively attitude to accept the new lifestyle of loving our environment and building their own LOHAS concepts. The following researchers might apply the qualitative method to collect deeply information from the consumers and extend the conclusion of this study.

Keywords : LOHAS、Lifestyles、Green Consumption Behavior、Sustainable Living Behavior

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
目錄	vi
圖目錄	viii
表目錄	ix
第一章 緒論	
第一節 背景與動機	1
第二節 研究目的	5
第三節 研究問題	5
第四節 範圍與限制	6
第五節 重要名詞解釋	6
第二章 文獻探討	
第一節 樂活之發展	8
第二節 生活型態	14
第三節 永續生活行為	17
第四節 相關實證、命題與假設	21
第三章 研究方法	
第一節 研究架構	26
第二節 研究工具	27
第三節 問卷發放及實施計畫	33

第四節	統計分析方法	34
第四章	資料分析	
第一節	問卷發放實施情況	36
第二節	信度分析與集群分析	37
第三節	樣本背景描述性統計分析	40
第四節	樂活觀念、生活型態、綠色消費行為、永續生活行為 敘述性統計	42
第五節	假設驗證	47
第六節	本章小結	51
第五章	結論與建議	
第一節	結果討論	52
第二節	結論	59
第三節	建議	60
參考文獻		62
附錄A	預試問卷	74
附錄B	正式問卷	78

圖目錄

圖2-1 EBM消費者行為模式	12
圖3-1 研究架構圖	26

表目錄

表2-1 生活型態之AIO測量類別	14
表2-2 一般化生活型態與特殊化生活型態比較表	15
表2-3 全球永續發展進程表	19
表3-1 樂活觀念量表	28
表3-2 生活型態量表	29
表3-3 綠色消費行為量表	30
表3-4 永續生活行為量表	31
表3-5 驗證假設之統計分析方法表	35
表4-1 預試問卷信度分析表	36
表4-2 生活型態子構面信度分析表	38
表4-3 永續生活行為子構面信度分析表	39
表4-4 樣本人口統計變項次數分配表	41
表4-5 樣本人口統計變項次數分配表(併項)	41
表4-6 樂活觀念量表分析	42
表4-7 生活型態量表分析	43
表4-8 樣本綠色消費行為變項次數分配表	44
表4-9 樣本常去消費綠色產品商店次數分配表	45
表4-10 樣本最常消費的綠色產品次數分配表	45
表4-11 永續生活行為量表分析	46
表4-12 生活型態及永續生活行為對樂活觀念多元迴歸分析表	47
表4-13 有無購買綠色產品經驗對樂活觀念差異檢定表	48
表4-14 購買綠色產品持續時間對樂活觀念差異檢定表	48
表4-15 每月購買綠色產品次數對樂活觀念差異檢定表	49
表4-16 是否加入綠色商店家會員對樂活觀念差異檢定表	49
表4-17 平均每月購買綠色產品金額對樂活觀念差異檢定表	50
表4-18 研究假設驗證摘要表	51

REFERENCES

參考文獻 1.中文部分 Albert, G. (2007, April 25), 不願面對的真相, 臺北:商周, (原文於2007年出版)。 Carl, H. (2005), 慢活(言湘如譯), 臺北:大塊, (原文於2004年出版)。 Dennis, M., Jorgen, R., & Donella, M. (2004), 成長極限:三十周年最新增訂版(高一中譯), 臺北:臉譜

, (原文於2002年出版)。Eric, A., Linda, P., & George, Z. (2003), 消費者行為(陳智凱譯), 臺北:美商麥格羅·希爾, (原文於2002年出版)。

Louv, R. (2009), 失去山林的孩子: 拯救大自然缺失症兒童(野人文化 編輯部譯), 臺北:野人文化出版社, (原文於2008年出版)。

Ning, T. (2008, November 30), 樂活一族八大主要特徵, 經濟日報。

Newkirk, I. (2006), 樂活誌(吳光亞譯), 臺北:野人文化, (原文於2005年出版)。

Nielsen, R. (2007), 為了我們孩子而寫的求生手冊(蔡菁芳譯), 臺北:天下遠見, (原文於2005年出版)。

NPO樂活俱樂部(2008), 樂活商機(成玲譯), 臺北:商周出版, (原文於2006年出版)。

Peattie, K. (1993), 綠色行銷-化解危機為商機的经营趨勢(梁錦琳、陳雅玲譯), 臺北:牛頓出版股份有限公司, (原文於1992年出版)。

Ray, P. H. & Anderson, S. R. (2000), 文化創意人:5000萬人如何改變世界(陳敬民、趙亭妹譯), 臺北, 相映文化, (原文於1998年出版)。

Rifkin, J. (1990), 綠色生活手冊(何亞崑譯), 臺北: 吳氏圖書, (原文於1990年出版)。

木村麻紀(2007), 全球樂活潮(李毓昭譯), 臺北:晨星, (原文於2006年出版)。

王壬廷(2009), 商店印象、生活型態與消費者行為之研究—以誠品書店為例, 私立南台科技大學休閒事業管理研究所未出版碩士論文。

王文華(2007), Life 2.0:我的樂活人生, 臺北:時報。

王湘瀚(2004), 台灣社會人口變遷對教育政策發展的影響, 社會科 教育研究, 第9期, 255-280。

何佩蓉(2008), 探討生活型態、地方依附與樂活關係之研究-以高雄市壽山自然公園使用者為例, 國立臺南大學生態旅遊研究所未出版碩士論文。

何榮幸(2011), 我的小革命:永續生活, 臺北:八旗文化。

別蓮蒂(2000), 生活型態白皮書:2000年台灣消費習慣調查報告, 臺北:商周。

吳萬益(2000), 企業研究方法, 臺北:華泰。

呂正成(1994), 綠色消費者之消費行為研究—以主婦聯盟會員為例, 國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文。

呂紹瑜(2010), 樂活LOHAS理念應用於綠色消費之研究, 私立大葉大學管理學研究所未出版碩士論文。

李永展(2003), 永續發展:大地反撲的省思, 臺北:巨流。

李秀美(2011), 環保活動與城市永續發展-以生態效益觀點之研究, 私立淡江大學會計學研究所未出版碩士論文。

李鴻圖(2007), 樂活的9個覺悟:台灣第一本樂活有機概念書, 臺北:聯合。

杜政榮、吳天基、江漢全(2001), 環保與生活, 臺北:空大。

周美秀(2010), 日常採購消費行為決策因子與生活型態之研究 - 以台南縣消費者為例, 私立立德大學資產管理與城市規劃學研究所未出版碩士論文。

孟筱倩(2010), 保養品消費者綠色消費知識、態度與行為之研究-以樂活生活風格為干擾變項, 國立彰化師範大學商業教育學研究所未出版碩士論文。

林欽榮(2002), 消費者行為, 臺北:揚智。

邱俊龍(2006), 族群面貌探索—樂活族, 東方線上資料庫。

洪詩青(2008), 城鄉居民綠色消費與垃圾消費行為之研究, 私立亞洲大學經營管理學研究所未出版碩士論文。

相元翰(2008), 綠色行銷下消費者之綠色消費行為分析, 國立交通大學交通運輸研究所未出版碩士論文。

孫宛琳(2005), 生態社區永續生活品質指標建構之研究, 私立逢甲大學景觀與遊憩研究所未出版碩士論文。

張?如(2008), 生活風格運動:樂活在臺灣, 私立東吳大學社會學 研究所未出版碩士論文。

張魁峰、林靈宏(2009), 消費者行為, 臺北:五南。

梁馨方(2007), 生活型態對綠色消費之影響—量販店消費者之分析, 國立中興大學生物產業推廣暨經營學研究所未出版碩士論文。

許士軍(1988), 管理學, 臺北:東華書局。

許黔宜(2008), 價值取向及能源消費態度間環境永續認知關係研究, 國立成功大學交通管理學研究所未出版碩士論文。

陳文祥(2007), 遷移農村動機與永續生活型態之研究 - 以台東縣為例, 私立亞洲大學經營管理學研究所未出版碩士論文。

陳文麗(2003), 空間印象、生活型態與忠誠度關係之研究:以星巴克為例, 私立中原大學室內設計研究所未出版碩士論文。

陳函馨(2004), 綠色消費態度與意圖決定因素之分析, 臺灣大學國際企業學研究所未出版碩士論文。

陳怡如(2009), 生活風格觀點探討樂活族之日常生活資訊行為, 私立 世新大學資訊傳播學研究所未出版碩士論文。

陳思宇(2009), 臺南市大學生樂活程度與綠色消費認知、態度、行為之研究, 國立臺南大學生態旅遊研究所未出版碩士論文。

陳盈如(2010), 消費者生活型態、社會影響、產品屬性偏好對婚宴 會館消費意願之影響研究, 國立成功大學經營管理研究所未出版碩士論文。

陳靖怡(2003), 居民永續生活型態之研究, 國立成功大學都市計劃學研究所未出版碩士論文。

黃雅芝(2009), 台灣樂活生活型態之測量-台中地區之檢驗分析, 國立中興大學生物產業推廣暨經營學研究所未出版碩士論文。

黃詩詒(2010), 樂活概念之自行車產品設計研究, 國立高雄第一科技大學工業設計研究所未出版碩士論文。

?見直紀(2003), 半農半X的生活(蘇楓雅譯), 臺北:天下遠見。

楊繡如(2009), PURE YOGA會員參與動機及消費行為之研究, 國立臺北教育大學體育學研究所未出版碩士論文。

廖家新(2003), 台灣地區消費者對綠色產品的認知與購買行為之調查研究, 國立高雄師範大學環境教育研究所未出版碩士論文。

箕輪彌生(2006), 樂活一生(王麗芳譯), 臺北:天下遠見。

褚士瑩(2008), 樂活地球人-褚士瑩的LOHAS世界觀點, 高雄:高見文化。

劉建嘉(2009), 生活型態對消費者汽車品牌偏好影響之研究-以台南市消費者為例, 私立南台科技大學企業管理研究所未出版碩士論文。

鄭伊蘋(2010), 高雄市電影圖書館觀影民眾之生活型態分析, 國立中山大學劇場藝術學研究所未出版碩士論文。

黎欣潔(2010), 居民生活型態與住宅空間設計需求關聯性之研究, 國立成功大學建築學系研究所未出版碩士論文。

蕭富元(2010), 台灣綠色大調查, 天下雜誌, 第450期, 50-55。

蕭新煌、蔣本基、紀駿傑、朱雲鵬、林俊全(2005), 綠色藍圖邁向台灣的地方永續發展, 臺北:天下遠見。

戴耶芳(2007), 從浪漫主義觀點探討社會行銷取向之初探性研究—以7-11樂活LOHAS行銷為例, 私立世新大學公共關係暨廣告學研究所未出版碩士論文。

譚大純(2000), 產品屬性、女權主義傾向、廣告女性角色認知, 與夫妻購買決策影響力之關聯性研究, 國立成功大學企業管理研究所未出版碩士論文。

2.英文部分 Anderson, D. R., & Nevin, J. R. (1975). Determinants of young marrieds' life insurance purchasing behavior: An empirical investigation. *The Journal of Risk and Insurance*, 42, 375-387.

Andreason, A. R., (1967). Leisure, mobility, and life style pattern. *AMA Conference Preceedings Preceedings*. Winter, 55-62.

Barr, S. and Gilg, A. W. (2006). Sustainable lifestyles: framing environmental action in and around the home. *Geoforum*, 37, 906-920.

Balderjahn, L. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption pattern. *Journal of Business Reserch*, 17, 51-57.

Campbell, S. (1996). Green cities, growing cities, just cities: Urban planning and the contradictions of sustainable development. *Journal of American Planning Associates*, 26(3), 296-312.

Corbin, C. B. (2002). Concepts of fitness and wellness: A comprehensive lifestyle approach. Boston: McGraw-Hill.

Davis, H. L. (1976). Decision making within the household. *Journal of Consumer Research*, 2, 241-260.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). New York: The Dryden Press.

Engel, J. F., Kollat, D. T, Blackwell, R. D. (1973). *Consumer Behavior* (2nd ed.). New York: Rinehart and Winston.

Friedman M. (1970), The social responsibility of business is to increase profits, *New York: Times Magazine*, 32-33, 122-126.

Haire, M. (1950). Projective technique in marketing research. *Journal of Marketing*, 14, 649-656.

Henion, K. E. and Kinneer, T. C. (1976, Jan). *Ecological Marketing*. Chicago: American Marketing Association. Howard,

B. (2007). LOHAS Consumers are taking the world by storm. *Total Health*, 29, 58. Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*(8th ed.). N. J.: Prentice Hall International. Kortelainen, J. (2008). Performing the green market-creating space: emergence of the green consumer in the Russian woodlands. *Environment & Planning A*, 40 (6), 1294-1311. Lazer, W. (1963). *Life style concepts and marketing*. Chicago: American Marketing Association. Munier, N. (2005). *Introduction to sustainability - Road to a better future*. Dordrecht, The Netherlands: Springer. Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38, 33-37. Rodwell, D. (2007). *Conservation and sustainability in historic cities*. Malden: Blackwell Publishing. Roberts, James A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36, 217-231. Wind, Y., & Green, P. E. (1974). Some conceptual measurement and analytical problems in life style research. Chicago: AMA. Webster, F. E., & Wind, Y. (1972). A general model for understanding organizational buying behavior, *Journal of Marketing*, 36, 12-19. 3.網路部分 行政院國家永續發展委員會全球資訊網〔線上資料〕：<http://sta.epa.gov.tw/nsdn/>〔2011, June 11〕。康健雜誌〔線上資料〕：<http://www.commonhealth.com.tw/life/>〔2011, May 5〕。7-11健康樂活〔線上資料〕：<http://www.7-11.com.tw/event/060426lohas/>〔2011, June 11〕。康健雜誌〔線上資料〕：<http://www.commonhealth.com.tw/magazine/magazine.action?id=269>〔2011,June 7〕FAIRTRADEINTERNATIONAL〔線上資料〕：<http://www.fairtrade.net/>〔2011, June 11〕。World Economic Forum〔線上資料〕：<http://www.weforum.org/>〔2011, June 11〕。天下雜誌數位閱讀網〔線上資料〕：1. <http://download.cw.com.tw/new/index.asp>〔2011,June 26〕。2. <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=42160>〔2011,Dec 05〕。3. <http://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5000228>〔2011,Dec 05〕。環保署綠色資源網〔線上資料〕：<http://greenliving.epa.gov.tw/GreenLife/info/mark/mark-1.aspx>〔2011,Dec 06〕。台灣憂鬱症防治協會〔線上資料〕：http://www.depression.org.tw/knowledge/know_info_part.asp?paper_id=44〔2011,Dec 07〕。環境資訊中心-台灣環境資訊協會〔線上資料〕：<http://e-info.org.tw/column/eccpda/2004/ec04072701.htm>〔2011,Dec 07〕。精神健康基金會(Mental Health Foundation)〔線上資料〕：<http://www.mhf.org.tw/>〔2011,Dec 14〕。